

## 直击2012浦东国际汽车展览会

### 东风日产“全明星阵容”集结亮相2012浦东国际汽车展览会



# 让二手车成为拉动车市的另一台引擎

中国汽车流通协会日前出炉的今年上半年二手车市场交易数据,有给人些许欣慰的,有让人扼腕叹息的。些许欣慰的是,二手车交易量和交易额,相对于新车市场,均有较大幅度的增长;扼腕叹息的是,二手车交易与新车销售比很不匹配,对整个汽车市场的贡献甚微。

上半年二手车交易量231.29万辆,同比增长18.48%;交易额1129.18亿元,同比增长28.17%。大类车型交易市场细分,轿车128.73万辆,增长24.90%,交易额660.06亿元;交易量和交易额分别占二手车交易的55.70%和58.45%。客车37.84万辆,增长23.41%,交易额149.73亿元;载货车34.35万辆,增长10.14%,交易额135.74亿元;客货车交易量和交易额分别占二手车的31.21%、25.28%。越野车4.59万辆,增长37.41%,交易额74.42亿元;交易量占二手车的比例仅1.98,交易额倒占了6.62%。

其实,对二手车交易量和新车销售量的悬殊增速,我们大可不

必看得太重,因为两者增长的基数并不在一个重量级别上,前者是三位数的万辆基数,后者则在四位数的万辆基数上。

我国汽车市场上,首都北京近两年二手车交易与新车销售,一度出现较好的成长势头。据亚运村汽车交易市场反映,今年上半年北京销售新车28.1万辆,与(限购的)去年同比,增长82.3%;二手车成交31.9万辆,同比增长160%。由旧车置换实现的新车销售,占到全部新车销量的58%。京城汽车市场的变化,表明由新车限购引发的以旧换新,正在成为市场经营的主旋律,置换市场已成为新车经销商获取增量资源和增加存量客户的重要市场,成为汽车营销模式转变的重要推力。

一个完整和成熟的汽车市场,不是单一的新车销售市场,还包括二手车交易市场。美日等发达国家已经形成相当完整和成熟的汽车市场,美国新车年均销量1600万辆,二手车交易年高达4000万辆,是新车2-3倍;日本新车年销售一直在600万辆上下,二手车登记

量保持在800万辆左右,二手车交易量是新车的1.3。至2012年6月底,我国汽车保有量1.14亿辆,半年增加811万辆;而二手车交易区231.3万辆,只是保有量的2%。可见,全国范围内的汽车保有量与二手车交易量比例,很不协调。美翰这个全球最大的二手车巨头,当初看好中国二手车交易市场,但是进入中国后,没有遇到好日子,难挥拳脚,在金融危机的2009年黯然撤走。

虽然今年上半年北京这样的重点城市的二手车交易出现增长势头,但下半年的二手车交易,包括新车的销售,存在很大变数。3月份以来,越来越多的省市提升二手车迁入标准,200多个城市开始拒绝国三排放标准以下的二手车迁入,外地进京收车的经销商越来越少,经营企业不敢收购国三以下车型。老旧车转出渠道被卡,在“摇号限购”前提下,受二手车“梗阻”而影响新车销售。即使符合环保标准的车况好和性价比高的北京二手车,迁入地政府怕影响当地新车销售,也人为地拒

绝进入。这种苗头,6月份已露端倪。国内二手车市场6月份出现下滑,交易量39.92万辆,环比下降4.1%;交易额189.67亿元,环比下降4.7%。

很多大中城市近几年“以旧换新”的预期任务,大多没有如期实现,出现三个“不了”:“黄标车”淘汰不了、低排放车更新不了、新车销售促进不了。随着各大中城市拒绝国三以下二手车的迁入,“北上广”等大中城市都将迎来一个二手车市场的阵痛期。

二手车市场是客观存在的,本地的爱车族经常换购新车淘汰旧车,有消费者喜欢购买使用年限短、行驶里程少的二手车。二手车交易要健康发展,要成为新车交易之外另一个拉动车市前进的引擎,最重要的是培育和规范二手车市场。从政府层面说,政策到位,标准清晰,才能改变二手车市场的尴尬局面。

“积极培育二手车市场”,是《汽车流通业十二五发展规划》中发展汽车流通业的重要环节。

完善交易服务设施,规范交易

流程和管理制度,增加交易透明度,简化交易手续,降低交易成本;规范二手车经销、经纪、鉴定评估企业经营行为,提高服务水平;倡导诚信经营,惩戒失信、打击欺诈等,成为优化升级二手车交易市场的重要内容。

利用现有营销渠道和质量认证、服务保障等品牌优势,拓展品牌二手车业务,完善二手车流通网络;发展连锁经营,建设车辆检测和整备设施完善、服务流程统一规范的区域性品牌二手车卖场,成为发展品牌二手车经营的必要条件。

建立二手车拍卖平台,发展网上即时拍等多种形式拍卖业务,构建全国性二手车拍卖流通网络,推动二手车社会资源整合和规模经营,是创新二手车流通的战略任务。

此外,各地政府应强化“黄标车”淘汰力度,报废车只能进拆解市场,不流入“以旧换新”市场。规定年限内符合排放标准的二手车,可以向三四线甚至五六线城市或地区渗透和转移。

特约撰稿 张伯顺

## 时尚更实用 “简担”不简单 MG3销量飘红稳居第一阵营

继今年3月订单节节攀升,一度售罄之后,“英伦精品小车”MG3数月来持续发力,以每月近4000台的销售佳绩继续高唱销量凯歌,稳居A0级小车市场第一阵营。据了解,购买MG3的消费者大多为初入社会的年轻人,在他们看来,简约而不失个性的英伦设计风格、傲视同级的超大实用空间、低耗节能的最佳节油表现和轻松无负担的金融购车计划……MG3正是为年轻车主量身定制的不二选择。

英伦潮范,空间不可小觑

“MG3的外观设计新潮,对于时尚把握得相当精准,丰富跳跃的车身颜色非常适合年轻人驾驭!”车主王小姐道出了许多“MG3控”的心声。的确,充满英伦气息的张扬炫酷造型、沿用了i-Style苹果元素的极简主义内饰,这些个性鲜明的设计标签不仅令穿梭于街头的MG3吸引了众多年轻时尚潮人羡慕嫉妒的眼光,在A0级小车市场更是独树一帜。值得一提的是,作为一款潮流小车,MG3的车内空间同样表现不俗:2520mm的轴距为前后排预留出足够的腿部空间;1728mm的车身宽度更算得上“超宽”级别,后排乘坐3位成年人也足够有余;多达21处的内部储物空间,细微之处彰显实用为先的空间



设计理念;除此之外,MG3的后排空间按4/6比例翻倒后更可留出938L的行李空间,实用性大大加分。

购车零负担,养车亦无忧

初入职场的年轻人,经济不算富裕,但他们不仅独立有个性,同时更向往社会认可;作为简单生活的推崇者,他们希望在零负担的情况下为事业全力打拼。为此,MG3贴心地推出零负担购车金融计划:全系5.97万元起,超低首付1.2万元,即可享受2年0利率贷款,为年轻潮人们一扫买车的经济顾虑。

更惊喜的是,近日,工信部联合发布相关公告,公布了节约能源、使用新能源汽车减免车船税车型的第二批名单,MG3位列其中,这正是

为MG3的热销势头推波助澜。好事成双,伴随着2012伦敦奥运会的临近,MG3特限量发售冠军版车型,同时,在7月28日至8月13日期间,MG经销商将根据中国军团每日新增金牌数,新增现金购车礼,即每新增一块金牌,新增1000元现金购车礼,上不封顶。

MG3不仅购车零负担,养车用车亦无忧。其发动机所应用的VTI技术,创新独立双位分层冷却系统,加上整车空气动力学的优化,能一举降低5%-8%的油耗和二氧化碳排放量,轻松实现百公里不超过6.2升的出色油耗表现。上汽“上门式”的宅捷修,更为3车主提供了豪华车才有的尊崇级售后服务。

## 东风日产“全明星”阵容 集结2012浦东国际汽车展览会



“2012浦东国际汽车展览会”将于8月16-20日在上海新国际博览中心举行。东风日产将带领新一代轩逸、天籁、奇骏、逍客、玛驰、骐威、阳光、骐达、楼兰、启辰品牌等几大明星车型,借着7月19日新一代轩逸上市以来的优良成绩,同步亮相车展。

7月28日在上海美兰湖奥特莱斯广场成功落幕的新一代轩逸试驾会暨上市会引来了多家媒体的关注,更标志着新轩逸将在上海车市消费者心中留下深刻的印象和更全面的关注度。作为东风日产最重要的车型之一,东风日产新一代轩逸无疑为上海地区带来了新的动力。此次上海地区上市活动,结合以往数次新车上市的经验,保持认真、创新、积极的态度,并结合新轩逸特征,力争将新轩逸的方方面面展示给上海地区消费者。

2012年,是东风日产冲关年销量100万

万辆的关键年。东风日产推出的两代“轩逸”同堂销售的格局,将助推东风日产完成全年100万辆的销售目标。

详情请垂询东风日产上海各经销商

